

Приложение № 2
к приказу от 26.06.2026 г. № 59 од

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Свердловской области
«Краснотурьинский индустриальный колледж»
(ГАПОУ СО «КИК»)



**Методические рекомендации о применении «понятного языка» взаимодействия
с внешними клиентами в ГАПОУ СО «Краснотурьинский индустриальный колледж»**

Введены в действие приказом
от 26.06.2026 г. № 59 од

Краснотурьинск
2026

Представленные методические рекомендации разработаны с опорой на принципы функциональной грамотности, нормы современного русского литературного языка и прикладную лингвистику, чтобы сделать коммуникацию ГАПОУ СО «Краснотурьинский индустриальный колледж» максимально эффективной. Понятность текста - не упрощение ради упрощения, а профессиональная точность формулировок, ориентированная на адресата.

Рекомендации адресованы сотрудникам колледжа, взаимодействующим с разными целевыми аудиториями. В документе систематизированы правила и приёмы, позволяющие устранять избыточный канцелярит, минимизировать двусмысленности и выстраивать тексты так, чтобы получатель сразу видел действие, сроки и ожидаемый результат.

В рекомендациях раскрыты принципы «понятного языка»: приоритет пользы для клиента, конкретика и измеримость результатов, структурирование информации, минимизация терминов и аббревиатур (с обязательной расшифровкой), адаптация формулировок под особенности восприятия разных аудиторий. Для каждого формата предложены типовые решения и примеры перефразирования «до/после».

Пояснительная записка

Проблема избыточного использования канцелярита, громоздких синтаксических конструкций, нерасшифрованных аббревиатур и абстрактных формулировок особенно заметна в официальных письмах, анонсах мероприятий, инструкциях и методических материалах. С учётом этого применение «понятного языка» становится не вопросом стилистики, а элементом профессиональной культуры и стандартом качества образования Колледжа.

Методические рекомендации о применении «понятного языка» взаимодействия с внешними клиентами (далее - методические рекомендации) разработаны с учётом:

1. принципов клиентоцентричного подхода (ориентация на результат для пользователя, устранение барьеров, прозрачность);
2. норм современного русского литературного языка и правил официально-делового стиля, исключающих избыточную бюрократизацию речи;
3. принципов функциональной грамотности (понимание, интерпретация и применение информации при решении практических задач);
4. практик адаптации текстов под разные аудитории и снятия коммуникативных барьеров.

Цель методических рекомендаций - сформировать единый стандарт коммуникации в Колледже, при котором любой текст (письмо, анонс, инструкция, методическое пособие) будет однозначно восприниматься целевой аудиторией без дополнительных разъяснений.

Задачи:

1. устранить избыточный канцелярит и двусмысленные формулировки в текстах и устной речи сотрудников;
2. обеспечить прозрачность действий и результатов для клиента (чёткие шаги, сроки, ожидаемый результат);
3. унифицировать подходы к составлению текстов между подразделениями;
4. снизить количество уточняющих обращений за счёт изначальной ясности формулировок.

Принципы «понятного языка»: как строить формулировки

Понятный язык (plain language) - это стиль письма и речи, который понятен всем носителям языка, независимо от образования, происхождения и сферы, в которой человек работает.

Основные принципы «понятного языка»:

Принцип 1. Начинайте с пользы и действия

Клиент должен сразу понять: что ему нужно сделать и какой результат он получит.

Правило: первые 1-2 предложения - это «главное сообщение».

Примеры:

- плохо: «В рамках реализации мероприятий по повышению квалификации педагогических работников планируется проведение курсов...»;
- хорошо: «Приглашаем педагогов пройти курсы повышения квалификации по читательской грамотности. После обучения вы получите готовые методические приёмы для уроков и удостоверение на 36 часов».

Принцип 2. Используйте активный залог и простые конструкции

Активный залог делает сообщение прямым и адресным. Избегайте пассивных и обезличенных конструкций.

Примеры:

- плохо: «Будет осуществлён мониторинг внедрения методических рекомендаций»;
- хорошо: «Мы будем отслеживать, как вы применяете рекомендации, и пришлём обратную связь».

Принцип 3. Минимизируйте термины и аббревиатуры

Если термин или аббревиатура необходимы, давайте расшифровку при первом упоминании. Если можно обойтись без термина - обходитесь.

Правило: один термин - одно пояснение.

Примеры: «ФГОС (Федеральный государственный образовательный стандарт) требует...»

- «В методических материалах мы используем термин «функциональная грамотность» - это способность применять знания в реальных жизненных ситуациях».

Принцип 4. Конкретика и измеримость

Заменяйте общие слова на цифры, сроки, шаги, примеры.

Примеры:

- плохо: «Оптимизируем процесс подачи заявок».
- хорошо: «Сократим время заполнения заявки с 20 до 5 минут за счёт готовых шаблонов и подсказок в каждом поле».

Принцип 5. Структурируйте информацию

Используйте подзаголовки, списки, выделение ключевых слов. Один смысловой блок - одна мысль.

Правило: если в тексте больше 5 строк без структуры - разбивайте на пункты.

Практические правила по типу коммуникации

I. Письменная коммуникация (письма, рассылки, посты, методические материалы)

Правила:

1. Тема письма/заголовка должна содержать действие и результат: «Заявка на курсы: инструкция и сроки», «Материалы вебинара: ссылка и краткое содержание».

1. Первые 1-2 абзаца - самое важное: сроки, шаги, результат.
2. Далее - подробности, ссылки, контакты.
3. Используйте нумерованные списки для пошаговых инструкций.

Пример инструкции:

Плохо: «Для участия в мероприятии необходимо осуществить подачу заявки посредством заполнения формы, размещённой в разделе «Мероприятия» на официальном сайте учреждения, приложив требуемые документы в электронном виде».

Хорошо: «Чтобы подать заявку на участие:

1. Откройте раздел «Мероприятия» на нашем сайте.
2. Нажмите кнопку «Подать заявку».
3. Заполните форму (поля с* обязательны).
4. Прикрепите требуемые электронные документы.
5. Нажмите «Отправить».
6. Мы проверим заявку в течение 3 рабочих дней и пришлём подтверждение на почту».

Любые узкоспециализированные термины, используемые в образовательной среде, но малопонятные внешнему клиенту, следует заменять объяснением на понятном языке либо общеупотребимыми синонимами. Например: вместо «ликвидация академической задолженности» - «пересдача не сданных вовремя тем или экзаменов»; вместо «отчисление за невыполнение учебного плана» - «исключение из Колледжа из-за долгов по учебе».

В тексте должны отсутствовать орфографические и пунктуационные ошибки, особенно в неправильной расстановке запятых, так как это затрудняет понимание.

Следует использовать нейтральные слова и выражения без эмоциональной окраски, исключая просторечия, жаргон, метафоры и диалектизмы.

Перед подготовкой ответа необходимо убедиться, что ситуация и потребность клиента поняты верно. При любых сомнениях сотрудник обязан связаться с клиентом (по телефону или электронной почте) и уточнить обстоятельства.

Обоснования и ссылки на нормативные правовые акты (федеральные законы, приказы Минпросвещения, локальные акты Колледжа) следует располагать в конце сообщения либо выносить в сноску или краткое указание в скобках. Не следует начинать ответ с фразы «В соответствии с Федеральным законом № 000-ФЗ...», если суть ответа не требует немедленной ссылки на закон.

Рекомендуется ограничиваться только теми ссылками, которые действительно

относятся к ситуации, и указывать конкретные пункты (статью, часть, раздел локального акта).

II. Устная коммуникация

Правила:

1. Начинайте разговор с цели: «Я помогу вам подать заявку на курсы - это займёт 5 минут».
2. Уточняйте понимание: «Скажите, пожалуйста, какой шаг показался неясным?»
3. Если используете профессиональный термин - сразу кратко поясняйте его.
4. Давайте чёткие выводы в конце: «Итак, вам нужно сделать три шага:... »
5. Избегайте длинных монологов: чередуйте объяснение и короткие вопросы на понимание.

Тональность и лексика устного общения - это не про «быть вежливым», а про снижение когнитивной и эмоциональной нагрузки: человек звонит, когда у него есть проблема или неопределённость, и задача работника колледжа - быстро вернуть ощущение контроля («я понимаю, что делать»). Для колледжа тон одновременно транслирует профессиональную компетентность и поддержку.

Какие тональности уместны:

- поддерживающая, но не ласкательная. Поддержка выражается в структуре и предсказуемости, а не в уменьшительно-ласкательных словах.

Хорошо: «Сейчас пройдем по шагам, это займёт 5 минут. Если что-то будет непонятно - сразу скажите».

Плохо: «Не переживайте, тут всё просто, сейчас быстренько разберёмся» (обесценивает трудность, звучит непрофессионально).

- уверенная и спокойная. Тон должен показывать: «Я знаю процесс и помогу вам его пройти».

- нейтрально-деловая с элементами эмпатии. Эмпатия здесь - это признание сложности задачи и готовность помочь, а не эмоциональная окраска.

Хорошо: «Понимаю, что заполнение формы может вызывать вопросы. Давайте разберём каждое поле».

Плохо: «Ой, да это у всех вызывает сложности, не вы один такой» (создаёт ощущение массовости проблемы и снижает доверие к процессу).

Особенности адаптации сообщения под целевые аудитории

1. Педагоги и методисты

Важна практическая применимость и примеры. Как адаптировать:

- добавляйте фразы: «Вот как это выглядит на уроке», «Шаблон, который можно сразу использовать»;
- давайте готовые инструменты: чек-листы, карточки приёмов, образцы планов;
- используйте примеры, связанные с читательской и функциональной грамотностью.

Пример: «Приём «чтение с остановками» можно применять на уроках русского

языка в 3 классе: после каждого абзаца задавайте 1 вопрос на понимание. Мы подготовили шаблон вопросов для 5 типовых текстов - он приложен к материалам».

2. Руководители образовательных организаций

Нужны выводы, сроки, риски, ресурсы и результаты.

Как адаптировать:

- формулируйте: «Срок внедрения - 2 недели, потребуется 1 час на обучение команды»;
- добавляйте блок «Ресурсы и риски»: «Для внедрения нужны 3 педагога и 1 методист; основной риск - нехватка времени, решение - готовые шаблоны»;
- начинайте с выводов: «Что изменится для Колледжа: сокращение времени на подготовку отчётов на 30%, повышение качества методических материалов».

3. Родители и широкая аудитория

Нужен максимально простой язык, минимум терминов, наглядность.

Как адаптировать:

- избегайте профессионального жаргона;
- используйте короткие предложения и списки;
- добавляйте визуальные элементы: схемы, инфо графику, примеры;
- делайте акцент на пользе для ребёнка: «Обучающийся научится лучше понимать тексты, быстрее выполнять домашние задания, увереннее отвечать на уроках».

4. Органы управления

Нужно соответствие нормативной лексике, но с понятными пояснениями.

Как адаптировать:

- сохраняйте официальную форму, но добавляйте блок «Пояснение для понимания»: «Цель мероприятия - ..., измеримый эффект - ..., риски - ...»;
- используйте цифры и факты: «Охват 120 педагогов, срок реализации - 3 месяца, ожидаемый эффект - повышение доли учащихся с высоким уровнем читательской грамотности на 10%».

Коммуникация в сложных ситуациях

Даже безупречно составленный с точки зрения норм языка и формально корректный ответ способен вызвать у клиента негативную реакцию - создать впечатление шаблонной отписки и продемонстрировать отсутствие вовлечённости со стороны Колледжа. Риск особенно высок в эмоционально заряженных ситуациях: при отказе в зачислении, оформлении отчисления, применении мер дисциплинарного или финансового характера (например, из-за неоплаты обучения), а также при затянувшихся сроках предоставления ответа.

Необходимо помнить, что за каждым обращением стоит реальный человек, который рассчитывает не только на информацию, но и на человеческое отношение, проявление внимания к его ситуации.

Как выстроить корректное взаимодействие:

- проявляйте эмпатию и опирайтесь на навыки эмоционального интеллекта. Дайте клиенту понять, что его переживания замечены и приняты: подойдут фразы вроде «Понимаем, насколько это значимо для вас» или «Сожалею, что сложилась

такая ситуация»;

- в непростых случаях избегайте жёстких шаблонов. Стандартизированные формулировки допустимы лишь для элементарных, типовых запросов, таких как уточнение графика работы Колледжа;

- даже если сложившаяся проблема обусловлена действиями самого клиента (например, пропущен срок подачи документов или накопились академические задолженности), воздержитесь от упрёков и назидательного тона. Сместите фокус на конструктивные решения: расскажите, какие шаги можно предпринять прямо сейчас, куда стоит обратиться, какие возможности ещё доступны и какие сроки остаются открытыми.

Недопустимые приёмы в коммуникации:

- пассивно-агрессивные формулировки, создающие эффект упрёка («вы же знали», «мы вас предупреждали»);

- использование шаблонных ответов в ситуациях, где клиент выражает эмоции или описывает сложную личную ситуацию;

- фразы-отсылки вроде «это не к нам» без дальнейших разъяснений: всегда сопровождайте такой ответ конкретной информацией о том, в какое подразделение или к какому специалисту следует обратиться.

Пример корректной перестройки сообщения:

Шаблонный вариант: «В соответствии с п. 8.8. Положения о порядке организации и осуществления образовательной деятельности ГАПОУ СО «КИК» Вы не можете восстановиться для прохождения дальнейшего обучения».

Рекомендуемый вариант: «К сожалению, восстановление слушателей, отчисленных с дополнительных профессиональных программ повышения квалификации, не осуществляется. Это предусмотрено Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам в Институте. Мы понимаем, как для Вас это важно. Есть альтернативные варианты: вы можете подать заявление на другую образовательную программу, приём на которую продолжается до 30 октября, либо рассмотреть возможность подать заявление на эту программу, которая будет проходить в другие сроки. Завтра с 9:00 до 17:00 Вы можете обратиться к специалисту кафедры по номеру <...>, Вам помогут подобрать подходящий вариант и расскажут, какие документы понадобятся».

Заключение

Внедрение стандарта «понятного языка» в деятельность Колледжа - это не стилистическая правка, а системная мера повышения качества и эффективности взаимодействия со всеми целевыми аудиториями.

Использование «понятного языка» позволяет:

- снизить коммуникативные барьеры за счёт отказа от избыточного канцелярита, громоздких синтаксических конструкций и нерасшифрованных терминов;

- экономить время и ресурсы как сотрудников Колледжа (за счёт уменьшения числа уточняющих обращений), так и клиентов (педагогов, руководителей, студентов, родителей), которым не приходится «расшифровывать» инструкции;

- повысить доверие к Колледжу как к компетентному и уважительному партнёру: ясность формулировок демонстрирует внимание к потребностям клиента и готовность помогать в решении практических задач

- обеспечить измеримый эффект в работе подразделений: сокращение количества повторных запросов, рост доли положительных оценок понятности коммуникации, формирование единого стандарта деловой речи в институте.

Таким образом, «понятный язык» выступает одновременно и как стандарт клиентоориентированной коммуникации, и как профессиональный инструмент методической работы Колледжа. Его внедрение формирует единую речевую культуру Колледжа, где уважение к адресату, точность формулировок и ориентация на практический результат становятся нормой профессионального общения.